

- введение принципиально новых экономико-правовых методов регулирования инновационно-инвестиционных процессов в регионе;
- решение вопросов, связанных с распределением задач и, соответственно, полномочий между разными уровнями местного управления;
- совершенствование системы регионального управления следует осуществлять в направлении повышения прав и ответственности местных органов власти в решениях государственных и местных проблем во всех административно-территориальных единицах. Возрастающая роль регионального управления в повышении конкурентоспособности региона должна выражаться в:
  - более эффективной реализации управленческих функций, выполняемых регионами, связанных, прежде всего, с обеспечением инновационно-инвестиционной деятельности;
  - усилении комплексного подхода к управлению конкурентоспособностью региона, расширении функций местных органов власти по координации и контролю развития инновационно-инвестиционных процессов в регионе;
  - улучшении оперативного взаимодействия с организациями всех отраслей и форм собственности по повышению инновационной активности и конкурентоспособности;
  - внедрении новых подходов к управлению конкурентоспособностью регионов с использованием современных информационных технологий, учитывающих принципы устойчивости, инновационности и социальной ориентированности белорусской модели развития экономики [4].

#### **Список цитированных источников**

1. Шашко, А.А. Управление конкурентоспособностью регионов и региональная экономическая безопасность в Беларуси / А.А. Шашко // Экономика и управление. – 2010. – № 3(23). – С. 53–58.
2. Точицкая, Ирина. Конкурентоспособность регионов Беларуси: общий обзор. Рабочий материал Исследовательского центра ИПМ / Ирина Точицкая, Игорь Пелипась. – 2013. – С. 9-24.
3. Головачев, А.С. Повышение конкурентоспособности региона – главная задача государственных и местных органов исполнительной власти // Проблемы управления. – 2008. – № 2 (9). – С. 139-152.
4. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 гг.

УДК 339.727.24.476

**Клименко В.С.**

**Научный руководитель: ассистент, м.э.н. Цуканова М.В.**

### **НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ РБ**

Целью данной работы является рассмотрение возможных направлений повышения инвестиционной привлекательности регионов Республики Беларусь.

На сегодняшний день в любом государстве состояние инвестиционной активности является важнейшим индикатором развития экономики и общества. На фоне все более усиливающегося процесса интеграции Республики Бела-

речь в мировую экономику приоритетной задачей сегодня становится привлечение инвестиций.

В связи с ожидаемым ростом инвестиционной активности, следует отметить, что в период с 2005 по 2012 гг. увеличилась инвестиционная дифференциация регионов. Так, на долю г. Минска и Минской области приходится в среднем от 42,6% в 2005 году до 43,5% в 2012 году инвестиций в основной капитал [1]. В связи с этим, чтобы стабилизировать распределение инвестиций по регионам, необходима балансировка инвестиционных процессов путем проведения соответствующей инвестиционной политики.

#### **Программа социально-экономического развития РБ на 2011-2015 года.**

В рамках данной программы предусматривается вхождение РБ в число 30 стран с наиболее благоприятными условиями ведения бизнеса по версии издания Всемирного банка «Doingbusiness», к концу 2015 года, а также улучшение позиций в некоторых ведущих рейтингах экономических свобод и инвестиционной привлекательности. Для этого предусмотрено совершенствование механизма осуществления внешнеторговых операций, по которому Беларусь занимает в рейтинге «Doingbusiness» по критерию «международная торговля» 151-е место среди 185 стран, тем не менее, опережая Россию (162-е место) и Казахстан (182-е место). Предполагается упрощение требований к экспортно-импортным операциям в виде сокращения необходимого количества документов, снижения расходов и затрат времени на прохождение соответствующих процедур [2].

Также одна из главных целей – ведение эффективных переговоров по поводу присоединения Республики Беларусь к Всемирной торговой организации (ВТО), с учетом того, что Россия уже состоит в ее рядах, а присоединение Казахстана ожидается в ближайшее время, что снизит конкурентоспособность на фоне этих стран [3].

На сегодняшний день можно выделить несколько основных направлений повышения уровня инвестиционной привлекательности, однако данные направления требуют совместных действий и решений регионального и национального уровней.

**Инвестиционный имидж.** Прежде всего, имидж – совокупность общих представлений, которые складываются у зарубежных граждан от отдельных регионов и страны в целом. Например, Италия для многих людей считается центром высокой моды и кулинарных искусств, а Германия – эталоном качества в области автомобилестроения и производства бытовой техники, что определенно дает фирмам из этих стран серьезные преимущества и обеспечивает высокий уровень конкурентоспособности на международной арене. Инвесторы – обыкновенные люди со своей психологией и интуитивной логикой принятия решений. Таким образом, формирование успешного имиджа тесно взаимосвязано с развитием новейших высокотехнологичных инновационных производств, расширением инфраструктуры, увеличением экспорта товаров и услуг, финансированием научно-исследовательской деятельности (НИОКР). Примером *эффективности* такого подхода может служить компания ОАО «Савушкин продукт», которая поставяет высокотехнологичную продукцию в Россию, формируя положительное отношение не только непосредственно к товарам, но и к региону в целом. Соответственно, чем больше будет создаваться таких брендов, тем больше «+» будет появляться в нашем инвестиционном имидже, причем совокупность подобных международных мнений и отзывов, при реализации грамотной маркетинговой стратегии, может послужить основой развития Маркетинга Региона или, одним словом, «*Брендинга*»,

т.е. продвижением информации о регионе в международном информационном пространстве.

**Нормативно-правовая база.** Важным инструментом стимулирования инвестиций является нормативно-правовая база, представленная в Республике Беларусь Инвестиционным кодексом от 30.05.2001; Законом об инвестициях от 12.07.2013. Одними из наиболее отталкивающих факторов для иностранных инвесторов всегда были риск национализации и длительный процесс приватизации. Сегодня закон об инвестициях обеспечивает защиту от национализации: «Имущество, являющееся инвестициями или образуемое в результате осуществления инвестиций, не может быть безвозмездно национализировано или реквизировано» [4]. В настоящее время проходит процесс преобразования более 500 государственных организаций в ОАО, однако акции разгосударствленных предприятий не пользуются большим спросом, они торгуются в пределах 5%, а сделки совершаются при наличии зачастую только одного участника.

Такой ситуации есть объяснение: нестабильность валютного курса и высокие темпы инфляции, при которых крайне сложно спланировать деятельность предприятия и сформировать прогнозы развития; желание продать в первую очередь наименее стратегически важные предприятия и переоценка стоимости их активов; принятие некоторых решений о передаче имущества является многоступенчатым и долговременным, что также отталкивает потенциальных инвесторов. В итоге, большинство иностранных инвестиций направляется в отрасли с быстрой отдачей, ведь никто не хочет прибегать к излишнему риску.

Таким образом, прежде чем перейти к активной инвестиционной деятельности со стороны иностранных инвесторов, предстоит решить основные вопросы, такие как:

- Стабилизация ситуации на валютном рынке
- Пересмотр методов оценки стоимости активов предприятий
- Целесообразность выставления дополнительных условий при разгосударствлении.

Что касается **налоговой системы**, то она постоянно совершенствуется. Этому есть немало подтверждений. В международном рейтинге Всемирного банка «Doingbusiness – 2013» по налогообложению Беларусь занимает 129 место из 189 стран, что означает «+27» пунктов по сравнению с 2012 годом. Немаловажным является также снижение ставки налога на прибыль в 2012 году с 24% до 18%. Однако несмотря на это, налоговая нагрузка Беларуси находится на достаточно высоком уровне [2].

Первым из необходимых шагов могло бы стать повышение конкурентоспособности налоговой системы путем введения мер, обеспечивающих *защиту от изменения законодательства* на протяжении действия инвестиционного соглашения, снижая тем самым совокупную налоговую нагрузку на инвестиционную деятельность и вселяя в инвестора уверенность в завтрашнем дне.

Второй шаг – отмена некоторых неэффективных льгот, например освобождение от уплаты налоговой добавочной стоимости (НДС). Данное освобождение, безусловно, снижает налоговую нагрузку на предприятиях, где оно применяется, но данная система приводит к увеличению затрат. Решением является введение пониженной ставки НДС на реализацию строго определенных товаров и услуг, нежели полное освобождение. Согласно ведущим мировым государствам, освобождение от уплаты НДС должно использоваться только в определенных сферах, таких как медицина, образование или религия.

Третий шаг – снижение отчислений в Фонд социальной защиты населения (ФСЗН), находящихся на плечах работодателей. Величина отчислений в ФСЗН в РБ составляет 34% фонда заработной платы, когда в России социальный налог – 26%, а в Казахстане – 11%. Столь высокая ставка социального налога отрицательно влияет на возможность реализации наукоемких производств из-за их высокой цены, что снижает уровень конкурентоспособности в рамках Единого экономического пространства, однако если произвести перераспределение отчислений в ФСЗН между работодателем и наемными работниками, можно значительно снизить налоговую нагрузку на организации.

**Оптимизация работы Свободных Экономических Зон.** Для увеличения уровня привлечения инвестиций в СЭЗ Республики, можно оптимизировать их работу путем выделения стратегически важных направлений производства по регионам, чтобы устранить сильную инвестиционную дифференциацию. Для этого в более слабых экономически регионах необходимо создавать специально-ориентированные производства и создавать больше льгот и преференций для резидентов. Например: резиденты СЭЗ не уплачивают налог на прибыль, пока им не вернется 30, 40 или 50% от их первоначальных инвестиций, в зависимости от выбранного региона, плюс, чтобы поддерживать развитие не только крупных предприятий, увеличивать этот показатель на 10%, если предприятие среднее, и до 20%, если предприятие малое.

Таким образом можно обеспечивать инвесторам уверенность в завтрашнем дне и в возвращении как минимум до 70% первоначальных инвестиций независимо от времени реализации проекта, а также распределять инвестиционные потоки по регионам, одновременно решая проблему и количества и качества поступающих инвестиций.

**Привлечение прямых иностранных инвестиций.** Привлечение ПИИ – производная всех остальных направлений. С точки зрения инвестора, основными критериями при выборе страны инвестирования являются:

- Оценка фактически привлеченных инвестиций в сравнении с другими странами
- Инвестиционная привлекательность стран на основе ведущих международных рейтингов

Таким образом, в первую очередь следует искать пути повышения конкурентоспособности в привлечении ПИИ в условиях экономической интеграции 2012 г. с Россией и Казахстаном, ведь в условиях новообразованного рынка Единого экономического пространства (далее – ЕЭП), Беларусь вынуждена будет конкурировать за поступающие инвестиции, поскольку их приток будет распределяться по регионам с учетом прямых преимуществ стран инвестирования. Исходя из этого, необходимо достичь уровня конкурентоспособности в привлечении инвестиций стран-партнеров по ЕЭП как по фактическим показателям, так и в международных рейтингах.

Инвестиционная политика должна быть нацелена не только на механизм привлечения как можно большего количества инвестиций, а на их качество и эффективность, тогда станет возможным их направление в высокотехнологичные, инновационные и экспортоориентированные области производства.

Подводя итог, можно сказать, что повышение конкурентоспособности регионов в привлечении ПИИ зависит от положения Республики Беларусь в международных рейтингах, что напрямую связано с необходимостью создания благоприятного инвестиционного имиджа, улучшение которого позволит Бе-

ларуси претендовать на рост инвестиционной активности и, соответственно, на увеличение фактических инвестиционных показателей, которые позволят Беларуси занять более высокие позиции в ведущих мировых рейтингах. Таким образом обеспечивается цикл стабильного экономического роста и инвестиционной активности Республики Беларусь.

### **Список цитированных источников**

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электрон. ресурс] – 2012 г. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>

2. Рейтинг Экономик по версии Всемирного банка и Международной финансовой корпорации [Электрон. ресурс] – 2013г. – Режим доступа: <http://doing-business.com/>

3. Министерство экономики Республики Беларусь [Электрон. ресурс.] – 2014 г. – Режим доступа: <http://economy.gov.by/>

4. Об инвестициях: Закон Республики Беларусь от 12.07.2013г. №53-З // [Электрон. ресурс] – 2014 г. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/>

УДК 228.24(072)

*Коваленко Ев.А., Коваленко Ел.А.*

*Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.*

### **ТИЗЕР-ПЛИЗЕРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В ДИРЕКТ-МЕЙЛ**

Почтовая реклама (директ-мейл) когда-то активно использовалась рекламодателями, однако сегодня ситуация изменилась. Процент ответов и прочитанных писем только сокращается, причем гораздо быстрее это происходит не за рубежом, а в странах СНГ.

Привлечь внимание клиента таким способом становится все сложнее, и рекламодатели стали чаще использовать другие рекламные средства.

Авторами данной работы была уже проведена исследовательская работа в области тизерно-плизерных технологий, где была разработана классификация тизерной рекламы. Одним из видов данной рекламы стала почтовая тизерная реклама. Использование такого вида рекламы авторы предлагают рассмотреть в данной научно-исследовательской работе.

**Тизерная почтовая реклама** – это почтовая реклама с использованием тизерно-плизерных технологий, т.е., как и в обычной тизерной рекламе, есть тизер, который создает загадку, и плизер, который раскрывает интригу.

Использование такой технологии в почтовой рекламе отличается от других видов тизерной рекламы. Первостепенная роль уделяется конверту, т.к. именно он чаще всего представляет собой тизер (загадку). Сам плизер находится внутри конверта и может представлять собой обычный рекламный буклет. Однако он может и представлять собой также некоторые необычные идеи, которые будут рассмотрены в данной работе.

В ходе исследования, проведенного авторами данной научно-исследовательской работы, на основании собранной вторичной информации была разработана классификация почтовой тизерной рекламы, в ней представлены следующие варианты ее использования (см. рис. 1).